

แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

Approaches for Development of Cultural Tourism in

Nakhon Si Thammarat Province

อภิชาติ วิชัยกุล¹ เสรี วงษ์มณฑา²

Apichat Wichaikun and Seri Wongmonta

Received December 02, 2020 & Revise May 22, 2021 & Accepted September 30, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1). เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช 2). เพื่อวางแผนทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพในการดึงดูดใจในการท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา กิจกรรมที่หลากหลายทางวัฒนธรรมบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทยแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ค่าครองชีพถูก ควรมีการจัดการและสนับสนุนให้มีหน่วยงานเข้าร่วมสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ที่มากพอในด้านนโยบาย งบประมาณ บุคลากร ควรส่งเสริมให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางภาคใต้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรจัดให้มีการรวมกลุ่มในการแลกเปลี่ยน ช่วยเหลือ ประสานงาน และรวมถึงให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เปิดให้โอกาสคนในชุมชนมีบทบาทในการบริหาร การจัดการ การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่จะนำมาซึ่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้ได้ประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครศรีธรรมราช

¹นิสิตปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
Master of Arts, Major of Hotel and Tourism Management, College of Management, University of Phayao
Email nicky15334@gmail.com

²รองศาสตราจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

Associate Professor, Department of Hotel and Tourism Management, College of Management,
University of Phayao



Abstract

The objectives of this research were 1). To study the potential of Nakhon Si Thammarat Province in the development of cultural tourism 2). To guidelines for cultural tourism development in Nakhon Si Thammarat Province. Using qualitative research methods It's an in-depth interview. There were 30 key informants. The results of the study found that 1). Nakhon Si Thammarat Province has potential to attract tourism It is unique in tourist attractions which are history, ancient places, culture, way of life, wisdom, multicultural activities based on Thai identity and sustainable integration. 2). The guidelines for cultural tourism development in Nakhon Si Thammarat Province found that the tourist attractions have developed basic facilities to accommodate tourists sufficiently. The cost of living is cheap. There should be management and support for the presence of enough agencies to support projects, such as policy, budget, personnel should promote Nakhon Si Thammarat Province as the southern center of cultural tourism. It should be organized to exchange, aid, co-ordinate and provide information to each other. Provide opportunities for people in the community to play a role in the management of tourism development in the area to bring about the development of tourism in the community to the maximum benefit.

Keywords: Cultural tourism, Tourism development, Nakhonsrithammarat Province

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาท่องเที่ยวแห่งชาติในฉบับที่ 2 รัฐบาลมีนโยบายที่จะส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 12 เมืองต้องห้ามพลาด ซึ่งมีจุดประสงค์จะรวบรวมประสบการณ์ที่ไม่ควรพลาดของ 12 เมืองต้องห้าม..พลาด Plus ประจำปี 2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) (Ministry of Tourism and Sports, 2017) ทั้งจากสถานที่อันเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด การท่องเที่ยวรูปแบบชุมชนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมเฉพาะท้องถิ่นหรือศิลปะพื้นบ้านและประสบการณ์ท่องเที่ยวท้องถิ่นต่าง ๆ (Local Experiences) ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้สัมผัสธรรมชาติและวัฒนธรรมที่แท้จริงที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวที่ผ่านมาในอดีต

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่สนใจไม่เพียงแต่รับรู้ประสบการณ์อันทรงคุณค่าและประทับใจแล้ว ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี



ชีวิตความเป็นอยู่ที่คงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และร่วมด้วยช่วยกันอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความเก่าแก่ในทางประวัติศาสตร์ เป็นเมืองศิลป์ ถิ่นเมืองพระ เป็นเมืองใต้แดนพุทธ เป็นแหล่งศิลปวัฒนธรรม ศิลปะพื้นบ้านที่แสดงออกมาสะท้อนวัฒนธรรมด้านการละเล่นพื้นบ้าน อันได้แก่ หนังตะลุง มโนราห์ เป็นต้น

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นหนึ่งในบรรดาเมืองที่ต้องห้ามพลาดใน 24 เมืองท่องเที่ยว นครแห่งนี้เป็น “นครสองธรรม” ธรรมหนึ่ง คือ ธรรมะ ความเจริญงอกงามของพุทธศาสนาที่รุ่งเรืองมายาวนาน อีกธรรมหนึ่งคือ ธรรมชาติ ที่ยังคงความงามบริสุทธิ์ทั้งสองผสมกลมกลืนร่วมกัน ณ นครสองธรรม เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมา จังหวัดนครศรีธรรมราชจะได้มีโอกาสสัมผัสธรรมชาติและธรรมะอันบริสุทธิ์ในดินแดนใต้แห่งนี้ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอันมีเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ของวิถีชาวประมงท้องถิ่นและธรรมชาติของพื้นที่ชุ่มน้ำกว้างสุดสายตา ในภาพรวมเมืองนครศรีธรรมราชมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังที่กล่าวมาแล้ว ทรัพยากรดังกล่าวจะต้องได้รับการจัดการบริหารแบบบูรณาการ แต่คนในพื้นที่ขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว ทั้ง ๆ ที่มีความภาคภูมิใจในทรัพยากรทั้งด้านธรรมชาติและธรรมชาติของพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าวยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ขาดแผนกลยุทธ์สื่อสารทางการตลาดดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในอนาคต

ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นดังกล่าว จึงต้องการทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช” เพื่อสนองนโยบายของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2560) (Ministry of Tourism and Sports, 2017) อีกทั้งยังเป็นการให้บริการวิชาการแก่ชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชในการนำเสนอในการศึกษาศักยภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพจังหวัดนครศรีธรรมราชในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. เพื่อวางแผนทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตการวิจัยดังนี้



1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเฉพาะกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด นครศรีธรรมราช ได้แก่ การศึกษาข้อมูลด้านศักยภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ด้านการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัด ด้านการสื่อสารและส่งเสริมของจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ และทำการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) และรวมถึงการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช 4 กลุ่ม รวม 30 คน ดังนี้

3.1 หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และการสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน ดูแลและมีส่วนในการรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 8 ท่าน

3.2 หน่วยงานภาคเอกชน คือ ผู้แทนจากผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆและการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทั้งด้านการค้า การลงทุนและการให้บริการ รวมทั้งการให้การสนับสนุนและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ การจัดกิจกรรมการต่างๆในการพัฒนาและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 8 ท่าน

3.3 ผู้แทนชุมชน ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงผู้นำชุมชนท้องถิ่นที่มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การส่งเสริมภูมิปัญญาของคนในชุมชน หรือการช่วยฟื้นฟู พัฒนา ส่งเสริมและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นในการจัดการและให้บริการด้านการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 10 ท่าน

3.4 นักวิชาการด้านการตลาด คือ ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 ท่าน

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2551, หน้า 33-34) Chalongsri Pimonsompong (2008, pages 33-34) ได้กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวไว้ว่า

ประเภทของการท่องเที่ยวนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้โดยการท่องเที่ยว นั้นจะจำแนกที่หมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้ออกเป็น 7 ประเภทด้วยกัน ดังนี้ 1. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นจะ



มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ แต่การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมจะเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากแดนไกลให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งมีการเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่า การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมความสัมพันธ์ของผู้คนพื้นพิภพก็อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และรวมไปถึงการตั้งแคมป์

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและการเข้าร่วมในวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่กำลังจะสูญหายไปในช่วงท้องถิ่น เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติความเป็นมา และการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม และประเพณีหรืองานเทศกาล ต่าง ๆ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่ประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ และจะรวมไปถึงการไปเยี่ยมเยือนบ้านเกิดเมืองนอนของตน รวมไปถึงการเข้าร่วมพิธีกรรมการรำฟ้อน การเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจนั้น มีลักษณะเด่นคือ การประชุม การหารือ การพบปะกันหรือการสัมมนา ซึ่งมักรวมตัวกันเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งเมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นนั้น แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการการท่องเที่ยวประเภทใดอย่างไร

5. การท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการนั้น จะเป็นการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา การรักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในพื้นที่สิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ ซึ่งสถานที่ดังกล่าวได้แก่ หาดทราย ชายทะเล การแข่งขันกอล์ฟ และการแข่งขันเทนนิส เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์นั้น จะเป็นการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถานและโบราณวัตถุเก่า ๆ ที่มีความเน้นความรุ่งเรืองที่เกิดขึ้นในอดีต อาจเป็นการประชุมอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร หรือวังต่าง ๆ อาจรวมไปถึงการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์ที่สำคัญและมีความโดดเด่น ที่เกิดขึ้นจริงในอดีตกาล

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลมอบให้แก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการแก่หน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อนันทนาการ และเพื่อการดูงานประชุมศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านนั้นจะเป็น



ผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งหมด (บุพผา พิกุลแก้ว และคณะ, 2550, หน้า 24) (Buppha Phikulkaew and team., 2007, p. 24.)

2. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา(2548) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย

1. ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
2. โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์
3. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม
4. ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
5. ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
6. ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
7. ภาษาและวรรณกรรม
8. วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
9. ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ
10. ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมาแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเฝ้า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยว เพื่อศึกษาและเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ทั้งที่มีมานานแล้ว และที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมเป็นวัตถุประสงค์ หรือใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว (กาญจนา แสงลิ้มสุวรรณ และศรันยา แสงลิ้มสุวรรณ, 2557) (Kanchana Sanglimsuwan and Saranya Sanglimsuwan, 2014)

3. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

บูฮาลิส (Buhalis, 2000) ได้กล่าวถึงกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาปัจจัย 6 ประการ (6As) ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)



โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และบริการเสริม (Ancillary Services) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่งในให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชม สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวแบ่งได้ 4 ประเภทได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือหรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ เกิดความรู้สึกปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวอยากอยู่ท่องเที่ยวในระยะเวลาที่นานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ภัตตาคาร โทรศัพท์ แผนที่ ร้านขายของ เป็นต้น

4. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages) เป็นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปไว้สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ซึ่งอาจเป็นการเตรียมการโดยเจ้าของโรงแรมรีสอร์ท หรือโดยหน่วยงานภาครัฐที่อาจจัดเป็นโปรโมชั่นส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวก็ได้

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว โดยมีอยู่หลายรูปแบบ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำได้ตามความถนัดและความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมบนบก กิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมทางอากาศ หรือแม้แต่การดำดิ่งลงสู่ใต้ท้องทะเล เช่น กิจกรรมผจญภัย เป็นอีกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รักความท้าทาย ต้องการความแปลกใหม่ และทดสอบแรงใจของตนเอง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีผู้ทักษะความรู้ในกิจกรรมนั้นๆ ดูแลและแนะนำในเบื้องต้น เช่น การปีนหน้าผาและการไต่ตัวจากหน้าผาสูง การกระโดดร่มดิ่งพสุธา การยิงปืนบีบีกัน การดำน้ำลึก การพายเรือคายัค ฯลฯ แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพกาย กิจกรรมที่เป็นที่นิยม คือ การทำสปา ขัดผิว นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่องสัตว์ ปลูก เดินป่า กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประเพณี และวัฒนธรรม นั่งเรือล่องแม่น้ำลำคลอง กิจกรรมในค่ายทหาร และอื่นๆ อีกมากมาย

6. บริการเสริม (Ancillary Services) เป็นบริการที่นอกเหนือจากบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ร้านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยปกติการบริการนี้ทางภาครัฐจะ



เป็นผู้จัดหาและพัฒนา เพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลพลอยได้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4. แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เสรี วงษ์มณฑา (2542, น. 11) Seri Wongmontha (1999, p.11) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การที่กิจการมีสินค้าและ/หรือบริการไว้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาได้ ทั้งนี้ราคาของสินค้าและ/หรือบริการอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินยอมที่จะจ่าย (Willing to pay) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งมีความพยายามตั้งใจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ ตัดสินใจซื้อสินค้าและ/หรือบริการอย่างถูกต้อง

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2543, น. 29) Suda Duangruangruijira (2000, p.29) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงานทางด้านการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่กิจการสามารถ ควบคุมได้ โดยพื้นฐานของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) จะประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมเรียกว่า 4Ps แต่สำหรับธุรกิจบริการ จะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพิ่มเข้ามาอีก 3 ปัจจัย คือ ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) รวมเรียกได้ว่าเป็น 7P's

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและนักวิชาการด้านการตลาดในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กำหนดข้อคำถามแบบเปิดกว้าง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด วิธีการวิจัยนั้นเป็นกระบวนการที่ทำให้คำถามมีความเปิดกว้างและยืดหยุ่น ซึ่งประเด็นเนื้อหาของการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (6A's) ประกอบไปด้วย 1.แหล่งท่องเที่ยว 2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3.สิ่งอำนวยความสะดวก 4.โปรแกรมการท่องเที่ยว 5. กิจกรรมการท่องเที่ยว 6. บริการเสริม

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากศึกษาเอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเก็บข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) จากการสำรวจสถานที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 30 คน



ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลและได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์จำแนก สรุปประเด็นสำคัญ (Lincharoen, 2011) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 และข้อ 2 มีดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ หาดแขวงภา แหล่มประทับ ซึ่งจะมีระบบนิเวศ น้ำและป่าชายเลนที่สวยงามเป็นหาดทรายขาวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อกเขาหลวง

ทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร โบราณสถานโมคลาน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์เมือง ศูนย์สินค้าโอท็อปเมืองนครศรีธรรมราช บ้านหนังตะลุงสุชาติ

ทรัพยากรมหรหรรรม ประเพณีของจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามปฏิทินมีความหลากหลายที่โดดเด่น ได้แก่ ประเพณีลากพระ ตักบาตรเทโว ประเพณีสงกรานต์ งานเกษตรภาคใต้ ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ

ทรัพยากรกิจกรรมที่โดดเด่น ได้แก่ กิจกรรมชมโลมาสีชมพู เขาพับผ้า กิจกรรมมหรหรรรมกีฬาเบ็กฟ้า ชมโรงสีข้าวแบบโบราณ ล่องเรือชมวิถีลุ่มน้ำ เส้นทางศึกษาป่าพรุ นั่งรถชมเมือง เล่าเรื่องเมืองลิกอร์ ชวนชนเก่าแก่ตลาดท่าม้า ท่าวัง ท่าแพ

ผลการวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช

จุดแข็ง (S) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีจุดแข็งในการพัฒนา เพราะตั้งอยู่กลางศูนย์การค้าโลกในภูมิภาคอุษาคเนย์ มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค

จุดอ่อน (W) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีจุดอ่อนคือ การขาดแผนยุทธศาสตร์ด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และขาดแผนการตลาดดิจิทัลอย่างยั่งยืน เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนองค์กรที่ดูแลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าว เพื่อยกระดับเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค

โอกาส (O) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีโอกาสในการพัฒนา ได้แก่ กระแสโลกด้านความนิยมการท่องเที่ยวมหรหรรรมกีฬา การท่องเที่ยวมหรหรรรมทางด้านอาหารและการจัดแสดงสินค้า จังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีโอกาสอยู่บนเส้นทางโลจิสติกส์ของอุษาคเนย์ ตลอดจนมีโอกาสนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สายตาชาวโลก

อุปสรรค (T) จังหวัดนครศรีธรรมราชมีอุปสรรคในการพัฒนา คือความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ภัยพิบัติธรรมชาติ โรคระบาดสากล ผู้ก่อการร้ายสากล



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช

1. จังหวัดนครศรีธรรมราช มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ เป็นพื้นที่แห่งความป็นชุมชนที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม อัตลักษณ์วิถีไทย มหกรรม ประเพณี กิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่น ซึ่งนำมาเป็นจุดขายที่แหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งไม่สามารถเทียบเคียงได้ อีกทั้งยังตั้งในบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ทั้งทางบกและทางน้ำ จากผลวิเคราะห์ SWOT จึงสามารถนำจุดแข็งด้านทรัพยากรของจังหวัดนครศรีธรรมราชเข้ากับโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามกระแสโลก เพื่อพัฒนาอย่างมีสมดุลอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านบุคคล มีความต้องการที่จะมีการพัฒนาด้านบุคคลหรือเยาวชนคนรุ่นใหม่สำนึกรักบ้านเกิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ควรจัดให้มีการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาลคือองค์การบริหารส่วนจังหวัด ส่วนตำบล หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการสนับสนุนงบประมาณที่มากพอ สำหรับการจัดสรรงบประมาณ จัดทำป้ายสัญลักษณ์ ป้ายสื่อความหมาย และภาษาให้กับนักท่องเที่ยว สามารถเข้าใจ รับรู้ ถึงวัฒนธรรมอันดีงามของจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนด้านการจัดการจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางภาคใต้ เป็นหัวเมืองใหญ่ ควรจัดให้มีการรวมกลุ่มในการแลกเปลี่ยน ช่วยเหลือ ประสานงาน และรวมถึงให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน โดยทั้งนี้ เมื่อรวมกันเป็นภาคีเครือข่ายกลุ่มแล้ว สนับสนุนซึ่งกันและกัน และเป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบภาคีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงานรัฐ เอกชนและนักวิชาการ จัดให้มีการประชุมข่าวสารเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีบทบาทในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ตนเอง

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องแนวทาง การแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ศักยภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราชในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ เป็นพื้นที่แห่งความป็นชุมชนที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม อัตลักษณ์วิถีไทย มหกรรม ประเพณี กิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความโดดเด่น ซึ่งนำมาเป็นจุดขายที่แหล่งท่องเที่ยวคู่แข่งไม่สามารถเทียบเคียงได้ อีกทั้งยังตั้งในบริเวณที่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยการเป็นศูนย์กลางของภาคใต้ เนื่องจากในอนาคตกระแสการท่องเที่ยวโลกจะมีแนวโน้มที่จะพัฒนาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่บูรณาการกิจกรรมการท่องเที่ยวเข้ากับลักษณะทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความแตกต่างและความหลากหลายโดยเฉพาะการบูรณาการกิจกรรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวชมมหรสพธุรกิจ ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในอนาคตในระดับนานาชาติ การผสมผสานกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เป็นนวัตกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2554:20-21) Kittisak Klinmuenwai (2011: 20-21) ได้



กล่าวไว้ว่า นโยบายการจัดการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐและความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในจังหวัดลำปาง เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ ความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการเสริมในระดับมาก และประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปางในระดับมากและมีความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผน การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและสภาพทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการวางแผนพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าต้องการ มีความต้องการที่จะมีการพัฒนาด้านบุคคลหรือเยาวชนคนรุ่นใหม่สำนึกรักบ้านเกิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ควรจัดให้มีการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาลคือองค์การบริหารส่วนจังหวัด ส่วนตำบล หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีการสนับสนุนงบประมาณที่มากพอ สำหรับการจัดสรรงบประมาณจัดซื้ออุปกรณ์ วัสดุ สิ่งของที่นำมาสื่อสาร ด้านความรู้และภาษาให้กับนักท่องเที่ยว สามารถเข้าใจ รับรู้ ถึงวัฒนธรรมอันดีงามของจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนด้านการจัดการ จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางภาคใต้ เป็นหัวเมืองใหญ่ ควรจัดให้มีการรวมกลุ่มในการแลกเปลี่ยน ช่วยเหลือ ประสานงาน และรวมถึงให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน ให้โอกาสคนในชุมชนมีบทบาทในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิรินทิพย์ พันธัมฆาพ (2552) Sirinthip Phanmakhawan (2009) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดมหาสารคามยังไม่มีระบบการบริหารจัดการที่เป็นแนวทางชัดเจน เนื่องจากยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลอย่างเป็นทางการและขาดงบประมาณในการจัดการ ส่วนใหญ่เป็นการบริหารจัดการเองภายในกลุ่มกันเอง ชุมชนและกลุ่มยังไม่มีความรู้เรื่องการจัดการท่องเที่ยว ไม่มีหน่วยงานของรัฐเข้ามาดูแล หรือจัดการอบรมให้ ควรมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ควรร่วมมือกันวางแผนหารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว นอกจากจะต้องรักษาวรรณธรรมดั้งเดิมเอาไว้แล้ว ยังควรพัฒนาทักษะการสื่อสารด้วยภาษาสากลเพื่อความเข้าใจอันดีต่อกัน แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งควรพัฒนาความสะอาดของอาคารสถานที่ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวขณะอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดด้านสาธารณสุขปโภคขั้นพื้นฐาน และจะต้องช่วยกันดูแลรักษาสภาพภูมิทัศน์หรือระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความยั่งยืน



องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ค้นพบมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การสร้างสื่อหรือเว็บไซต์สร้างสรรค์ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถใช้ในการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เนื่องจากเนื้อหาที่มีความละเอียด ชัดเจนและเป็นข้อมูล เชิงลึกที่ได้จากผู้รู้ในท้องถิ่น โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ควรนำภาพเคลื่อนไหวมาช่วยในการออกแบบเว็บไซต์ ควรใส่รูปภาพประกอบ เพื่อดึงดูดความสนใจเพิ่มมากขึ้นและควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารและที่พักด้วย เพื่อให้เป็นแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนยิ่งขึ้น อาทิ ข้อมูลเบื้องต้นของ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ราคา การเดินทาง เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีความจำเป็นในการนำมา พิจารณาประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมีความชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ระดับประเทศ อาเซียน และระดับภูมิภาคแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน
2. ควรจัดตั้งเครือข่ายกลุ่มจังหวัดใกล้เคียง แลกเปลี่ยนข้อมูล ประสานงาน ซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย
2. ควรทำวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกสารอ้างอิง

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2560, จาก <http://www.tourism-asean.org>.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559, จาก <http://www.mots.go.th>.



- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2554). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ วท.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- เคลาส์ ชวบ. (2559). การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่4. แปลโดย ศรรรวิศา เมฆไพบูลย์. กรุงเทพฯ: Amarin HOW-TO.
- ดอน แท็บสก็อต.(2559). เศรษฐกิจดิจิทัล. แปลโดย พรศักดิ์ อรุณชัยรัตน์. กรุงเทพฯ:แมคกรอ-ฮิล.
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). BRANDING 4.0 (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: Amarin HOW-To.
- พยอม ธรรมบุตร. (2558). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชา การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2559). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชา การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2560). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- วิจารณ์ พานิช. (2553). มหาวิทยาลัยไทยต้องเปลี่ยนลูกเสือใหม่เพื่อสังคม สร้างจิตสำนึกใหม่การศึกษา. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2560, จาก <https://www.isranews.org/thaireform/thaireform-talk-interview/thaireform-talk-social/13483-2010-05-07-12-05-37.html>
- สมบัติ กุสุมาวดี.(2558). เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์,กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุภางค์ จันทวานิช. (2558). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์.(2553).ชุมชนศึกษา.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Alastair Morrison.(2013). Marketing and Management Tourism Destination. Routledge. 711 Third Avenue,New York,NY10017
- Ohridska – Olson, R. (2010). The Creative Tourism Business Model, Cultural Realms, URL: <http://www.culturalms.com>
- Pine,B.J.LL.HJ, Gilmore (1999),The experience Economy: work is theatre and every business a stage. Boston, Ma. Haward Business School Press.
- Translated Thai References
- Division of Educational Administration and Quality Assurance. (2016). Thailand 4.0 Model to drive stability Prosperous and sustainable. Retrieved 15 April 2017, from www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf. (in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports (2017). National Economic and Social Development Plan



- Issue 12 2017-2021. Retrieved 11 March 2017, from <http://www.tourism-asean.org>.
(in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports (2015). Thai Tourism Strategy 2015–2017. Retrieved 25 March 2016, from <http://www.mots.go.th>. (in Thai)
- Kittisak Klinmuenwai. (2011). Guidelines for community-based tourism development in Lampang Province. Thesis, M.Sc., Chulalongkorn University, Bangkok. (in Thai)
- Klaus Schwab. (2016). The 4th Industrial Revolution. Translated by Sorawarisa Mekpaiboon. Bangkok: Amarin HOW-TO. (in Thai)
- Don Tab Scottish T. (2016). Digital economy. Translated by Pornsak Uratchachairat. Bangkok: McGroot-Hill. (in Thai)
- Piyachat Isaraphakdee. (2016). BRANDING 4.0 (1st edition). Bangkok: Amarin HOW-To. (in Thai)
- Payom Thamabut. (2016). Documents for teaching and learning subjects Bangkok Ecotourism Management: Institute of Tourism Development. Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Payom Thamabut. (2016). Documents for teaching and learning subjects Environmental Management for Tourism. Bangkok: College of Management. Phayao University. (in Thai)
- Payom Thamabut. (2017). Documents for teaching and learning on elements of tourism. Bangkok: College of Management, University of Phayao. (in Thai)
- Panich Review (2010). Thai universities have to change their look for society. Create new awareness of education. Retrieved 16 January 2017, from <https://www.isranews.org/thaireform/thaireform-talk-interview/thaireform-talk-social/13483-2010-05-07-12-05-37.html>. (in Thai)
- Sombat Kusuma Wali. (2015). Creative Economy, Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Supang Chanthawanich. (2015). A qualitative research method. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Thirapatra Ekphachaisawat. (2010). Community Studies. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

